

ABSTRACT

Various surveys show that the key to corporate success lies not only on the product or service being offered but how far the company's efforts to satisfy the needs of its customers. Companies have to provide products or services that match customer needs and wants, and then maintain close relations with customers. Customer loyalty will be the key to success, not only in the short term but sustainable competitive advantage. This is because customer loyalty has strategic value for the company. One way that proved effective and successful to meet and satisfy customer needs is through the CRM (Customer Relationship Management). CRM is not new in the business world. Customer Relationship has long been applied by traditional businessmen. Technology in the form of a web can be utilized as a catalyst in improving the quality of CRM. Combining Technology and CRM in a business called E-CRM. E-CRM application development web based on PT Trafoindo Prima Perkasa aims to analyze and design company and customer needs. The research method used in this writing is descriptive survey method primarily associated with the customer. The analysis tool used is the model porter five forces and industry analysis: CPM Matrix, the External Factor Evaluation Matrix (EFE), the Internal Factor Evaluation Matrix (IFE), SWOT Matrix, IE Matrix, SPACE Matrix, and Grand Strategy Matrix to identify alternative strategies can be applied. Alternative strategy is then measured with a Matrix QSP charm, coupled with the approach of Object Oriented Analysis and Design as the basis for the development of E-CRM application based on web. Conclusions obtained are E-CRM applications have produced work as expected.

Keywords: *development, application of E-CRM, Trafoindo Prima Perkasa*

ABSTRAK

Berbagai survei menunjukkan bahwa kunci keberhasilan perusahaan bukan semata terletak pada produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi seberapa jauh upaya perusahaan memuaskan kebutuhan para pelanggannya. Perusahaan harus menyediakan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, kemudian menjaga hubungan erat dengan para pelanggan. Kesetiaan pelanggan akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal ini dikarenakan kesetiaan pelanggan memiliki nilai strategik bagi perusahaan. Satu cara yang terbukti efektif dan sukses untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan adalah melalui CRM (Customer Relationship Management). CRM bukanlah hal baru di dunia bisnis. Customer Relationship sudah lama diterapkan oleh para pebisnis tradisional. Teknologi dalam bentuk web dapat dimanfaatkan sebagai katalisator dalam meningkatkan kualitas dari CRM. Gabungan antara Teknologi dan CRM dalam bisnis disebut dengan E-CRM. Pengembangan aplikasi E-CRM yang berbasis web pada PT Trafoindo Prima Perkasa bertujuan untuk menganalisis dan merancang kebutuhan perusahaan dan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif survei, terutama yang berhubungan dengan pelanggan. Alat analisis yang dipakai adalah model lima kekuatan porter dan analisis industri, yaitu Matriks CPM, Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE), Matriks SWOT, Matriks IE, Matriks SPACE, dan Matriks Grand Strategy untuk mengidentifikasi strategi alternatif yang dapat diterapkan. Strategi alternatif tersebut kemudian diukur daya tariknya dengan Matriks QSP, disertai dengan pendekatan Object Oriented Analysis and Design sebagai dasar untuk pengembangan aplikasi E-CRM yang berbasis web. Simpulan yang diperoleh adalah aplikasi E-CRM yang dihasilkan sudah berfungsi seperti yang diharapkan.

Kata kunci: *pengembangan, aplikasi E-CRM, Trafoindo Prima Perkasa*